Deutscher Bundestag
13. Wahlperiode

Drucksache 13/10634

06. 05. 98

Beschlußempfehlung und Bericht

des Ausschusses für Wirtschaft (9. Ausschuß)

zu der Unterrichtung durch die Bundesregierung
– Drucksache 13/10487 Nr. 3.1 –

Gemeinsamer Standpunkt (EG) Nr. 15/98 des Rates vom 12. Februar 1998
im Hinblick auf den Erlaß der Richtlinie 98/ /EG des Europäischen Parlaments
und des Rates zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften
der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring
zugunsten von Tabakerzeugnissen
– Ratsdok. 12302/2/97 –

A. Problem

Sicherung der Rechtsgrundlagen des EG-Vertrags und des Subsidiaritätsprinzips im Bereich der Werbung und des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen.

Verhinderung von Werbeverboten im ordnungspolitischen Rahmen der Marktwirtschaft.

B. Lösung

Ablehnung des gemeinsamen Standpunktes des Rates vom 12. Februar 1998 im Hinblick auf den Erlaß einer Richtlinie über Werbung und Sponsoring von Tabakerzeugnissen.

Annahme einer Entschließung zum Tabakwerbeverbot.

Mehrheit im Ausschuß

C. Alternativen

Keine

D. Kosten

Keine

Beschlußempfehlung

Der Bundestag wolle beschließen,

1. den Gemeinsamen Standpunkt (EG) Nr. 15/98 des Rates vom 12. Februar 1998 im Hinblick auf den Erlaß einer Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen – Drucksache 13/10487 Nr. 3.1 – abzulehnen;

2. folgende Entschließung anzunehmen:

   I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

   Die geplante Richtlinie zum Verbot der direkten und indirekten Tabakwerbung steht im krassen Widerspruch zu den Zielen und Beschlüssen des Luxemburger europäischen Beschäftigungsgipfels, des Gipfels von Amsterdam und zum Artikel 129 des Vertrages von Maastricht. Diesen Standpunkt vertreten die betroffenen Gewerkschaften und Industrieverbände ebenso.

   Ein europaweites Tabakwerbeverbot würde zu erheblichen wirtschaftlichen Nachteilen, insbesondere zu hohen Arbeitsplatzverlusten in der deutschen Verlags- und Medienwirtschaft, in der Tabakindustrie, bei Werbeagenturen und in der sonstigen Konsumgüterwirtschaft führen. Die betroffenen Wirtschaftsverbände und die Gewerkschaften schätzen, daß alleine in Deutschland durch die geplante EU-Richtlinie 23 000 Arbeitsplätze gefährdet würden. Zudem hätte ein europaweites Tabakwerbeverbot gefährliche Folgewirkungen. Werbebeschränkungen für weitere Produkte und Branchen mit unvorhersehbaren Arbeitsplatzverlusten im Fahrzeugbau, der Chemie oder der Konsumgüterindustrie können nicht ausgeschlossen werden. Deshalb ist der Entwurf der EU-Richtlinie in der dem Europäischen Parlament zur Zeit vorliegenden Form nicht verabschiedungsreif.

   II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

   zu prüfen, ob die vorgelegte Richtlinie dem Prinzip der Subsidiarität enspricht und, falls dies nicht der Fall ist, vor dem EU-Gerichtshof gegen diese Richtlinie zu klagen.

Bonn, den 29. April 1998

Der Ausschuß für Wirtschaft

Friedhelm Ost	**Ulrich Petzold**
Vorsitzender	Berichterstatter

Bericht des Abgeordneten Ulrich Petzold

I.

Der gemeinsame Standpunkt des Rates – Drucksache 13/10487 Nr. 3.1 – wurde am 23. April 1998 gemäß § 93 Abs. 2 der Geschäftsordnung des Deutschen Bundestages dem Ausschuß für Wirtschaft zur federführenden Beratung sowie zur Mitberatung dem Ausschuß für Gesundheit, dem Rechtsausschuß und dem Ausschuß für die Angelegenheiten der Europäischen Union überwiesen.

II.

Der **Ausschuß für Gesundheit** hat die Vorlage in seiner Sitzung am 29. April 1998 beraten und mit den Stimmen der Mitglieder der Fraktionen der CDU/CSU und F.D.P. und der Gruppe der PDS, gegen die Stimmen der Mitglieder der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN beschlossen, die Ablehnung des Gemeinsamen Standpunktes zu empfehlen.

Der **Rechtsausschuß** hat die Vorlage in seiner Sitzung am 6. Mai 1998 beraten und mehrheitlich mit den Stimmen der Mitglieder der Fraktionen der CDU/CSU, SPD und F.D.P., gegen die Stimmen der Mitglieder der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN bei Stimmenthaltung der Mitglieder der Gruppe der PDS und eines Mitglieds der Fraktion der SPD beschlossen, die Ablehnung der Vorlage zu empfehlen.

Der **Ausschuß für die Angelegenheiten der Europäischen Union** hat die Vorlage in seiner Sitzung am 29. April 1998 beraten und mehrheitlich beschlossen, die Ablehnung des Gemeinsamen Standpunktes zu empfehlen. Der Beschluß wurde mit den Stimmen der Mitglieder der Fraktionen der CDU/CSU und F.D.P., gegen die Stimmen der Mitglieder der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, bei Stimmenthaltung der Mitglieder der Fraktion der SPD und bei Abwesenheit der Mitglieder der Gruppe der PDS gefaßt.

III.

Der **Ausschuß für Wirtschaft** hat die Vorlage in seiner 83. Sitzung am 29. April 1998 beraten.

Im Zusammenhang mit dieser Beratung haben die Vertreter der Bundesregierung erneut deutlich gemacht, aus welchen Gründen sie die geplante EG-Richtlinie zum Tabakwerbeverbot ablehnen. Die Zweifel der Bundesregierung in bezug auf die Rechtsgrundlagen der Richtlinie seien im bisherigen Verhandlungsgang auf europäischer Ebene nicht ausgeräumt worden. Gleiches gelte für die Zweifel an der Vereinbarkeit der vorgesehenen Werbeverbote mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit. Die Bundesregierung hat im übrigen auch die Auffassung vertreten, daß der Richtlinienvorschlag nicht im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip (Artikel 36 Abs. 2 EGV) steht.

Im Zuge der Ausschußberatungen wurden die Zweifel der Bundesregierung in bezug auf die Rechtsgrundlagen der Richtlinie, insbesondere mit Blick auf den Artikel 100 a EGV, weithin geteilt. Es wurde unterstrichen, daß der Richtlinienvorschlag eindeutig ein gesundheitspolitisches Ziel verfolgt. Im Ausschuß ist weiterhin betont worden, daß die EU versuche, ihre beschränkten Kompetenzen in der Gesundheitspolitik auf dem Umweg über eine vorgebliche Binnenmarktharmonisierung zu unterlaufen. Dies sei eine Art Deckmantel, unter dem Brüssel anstrebe, in das Subsidiaritätsprinzip einzugreifen. Hier wolle die EU Dinge regeln, die gemäß der klaren EG-vertraglichen Regelungen in die Zuständigkeit der nationalen Regierungen fielen. Die EU habe primär die Aufgabe, den freien Verkehr von Waren und Dienstleistungen zu schützen. Dieser Aufgabe wirke sie mit dem vorgelegten Richtlinienvorschlag entgegen.

Der Ausschuß hat sich in diesem Zusammenhang auch grundsätzlich zu Werbeverboten in einer marktwirtschaftlichen Ordnung geäußert. Der Verbraucher benötige die Möglichkeit, sich informieren zu können. Wer Werbung verbieten wolle, nehme dem Verbraucher die Möglichkeit, sich die für ihn notwendigen Informationen zu verschaffen. Auch aus gesundheitspolitischer Sicht wurde ein Werbeverbot als problematisch empfunden. Tabakwaren stellten ein Produkt dar, welches legal vertrieben werden dürfe.

Der Ausschuß beschloß mehrheitlich, dem Deutschen Bundestag die Ablehnung des Gemeinsamen Standpunkts des Rates – Drucksache 13/10487 Nr. 3.1 – zu empfehlen. Der Beschluß wurde mit den Stimmen der Mitglieder der Fraktionen CDU/CSU, SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und F.D.P. gegen die Stimmen der Mitglieder der Gruppe der PDS gefaßt.

Der Ausschuß beschloß mehrheitlich, dem Deutschen Bundestag die Annahme der in der Beschlußempfehlung genannten Entschließung zu empfehlen. Der Beschluß wurde mit den Stimmen der Mitglieder der Fraktionen der CDU/CSU, SPD und F.D.P., gegen die Stimmen der Mitglieder der Fraktion BÜNDIS 90/DIE GRÜNEN und der Gruppe der PDS sowie eines Mitglieds der Fraktion der SPD und bei Stimmenthaltung je eines Mitglieds der Fraktionen der CDU/CSU und SPD gefaßt.

Bonn, den 29. April 1998

Ulrich Petzold

Berichterstatter

Anlage

EUROPÄISCHE UNION
DER RAT

Brüssel, den 12. Februar 1998 (OR. f)

Interinstitutionelles Dossier
Nr. 00/0194 (COD)

12302/2/97
REV 2

LIMITE

SAN 134
CODEC 616

GEMEINSAMER STANDPUNKT (EG) NR. /98 DES RATES
VOM 12. FEBRUAR 1998
IM HINBLICK AUF DEN ERLASS DER
RICHTLINIE 98/ /EG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES
ZUR ANGLEICHUNG DER RECHTS- UND VERWALTUNGSVORSCHRIFTEN
DER MITGLIEDSTAATEN
ÜBER WERBUNG UND SPONSORING ZUGUNSTEN VON TABAKERZEUGNISSEN

RICHTLINIE 98/ /EG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom

zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION -

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 57 Absatz 2, Artikel 66 und Artikel 100a,

auf Vorschlag der Kommission [1],

nach Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschusses [2],

gemäß dem Verfahren des Artikels 189b des Vertrags [3],

(1) ABl. C 129 vom 21.5.1992, S. 5.
(2) ABl. C 313 vom 30.11.1992, S. 27.
(3) Stellungnahme des Europäischen Parlaments vom 11. Februar 1992 (ABl. C 67 vom 16.3.1992, S. 35), Gemeinsamer Standpunkt des Rates vom (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht) und Beschluß des Europäischen Parlaments vom (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht).

in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) In den Mitgliedstaaten gelten unterschiedliche Rechts- und Verwaltungsvorschriften für die Werbung und das Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen. Da diese Werbung und dieses Sponsoring über die Grenzen der Mitgliedstaaten hinaus reichen, können die genannten Unterschiede Hemmnisse für den freien Verkehr von Waren, die der Werbung und dem Sponsoring dienen, sowie von Dienstleistungen in diesem Bereich bilden und zu Wettbewerbsverzerrungen führen. Sie können auf diese Weise das Funktionieren des Binnenmarktes behindern.

(2) Es erscheint geboten, diese Handelshemmnisse zu beseitigen. Zu diesem Zweck sind die Vorschriften über die Werbung und das Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen anzugleichen. Den Mitgliedstaaten ist jedoch die Möglichkeit zu belassen, unter bestimmten Voraussetzungen Anforderungen festzulegen, die sie aus Gründen des Gesundheitsschutzes für notwendig halten.

(3) Gemäß Artikel 100a Absatz 3 des Vertrags geht die Kommission in ihren Vorschlägen nach Absatz 1 in den Bereichen Gesundheit, Sicherheit, Umweltschutz und Verbraucherschutz von einem hohen Schutzniveau aus.

(4) Diese Richtlinie muß daher den Schutz der Gesundheit gebührend berücksichtigen; dies gilt insbesondere für Jugendliche, bei denen die Werbung eine wichtige Rolle bei der Förderung des Rauchens spielt.

(5) Im Hinblick auf ein reibungsloses Funktionieren des Binnenmarktes hat der Rat auf der Grundlage des Artikels 100a die Richtlinien 89/622/EWG [(1)] und 90/239/EWG [(2)] erlassen, die die Etikettierung von Tabakerzeugnissen bzw. den höchstzulässigen Teergehalt von Zigaretten betreffen.

---

(1) ABl. L 359 vom 8.12.1989, S. 1. Geändert durch die Richtlinie 92/41/EWG (ABl. L 158 vom 11.6.1992, S. 30).

(2) ABl. L 137 vom 30.5.1990, S. 36.

(6) Für die Werbung für Humanarzneimittel gilt die Richtlinie 92/28/EWG [1]. Die Werbung für zur Tabakentwöhnung bestimmte Erzeugnisse fällt nicht in den Anwendungsbereich der vorliegenden Richtlinie.

(7) Diese Richtlinie gilt nicht für Mitteilungen, die ausschließlich für Angehörige des Tabakhandels bestimmt sind, für die Darbietung der zum Verkauf angebotenen Tabakerzeugnisse und Preisangaben für diese Erzeugnisse sowie - je nach den Verkaufsstrukturen - an den Käufer gerichtete Werbung an Tabakverkaufsstellen sowie für den Verkauf von den Anforderungen dieser Richtlinie nicht entsprechenden Veröffentlichungen aus Drittländern, jedoch mit der Maßgabe, daß dabei das Gemeinschaftsrecht und die internationalen Verpflichtungen der Gemeinschaft eingehalten werden. Insoweit ist es Sache der Mitgliedstaaten, gegebenenfalls angemessene Maßnahmen zu ergreifen.

(8) Angesichts der bestehenden Wechselbeziehung zwischen allen Mitteln der Werbung - mündlich, schriftlich, in Druckwerken, Rundfunk, Fernsehen und Film - muß diese Richtlinie zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen und einer Umgehung der Vorschriften alle Formen und Mittel der Werbung mit Ausnahme der Fernsehwerbung, die bereits durch die Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften über die Ausübung der Fernsehtätigkeit [2] erfaßt ist, abdecken.

---

(1) ABl. L 113 vom 30.4.1992, S. 13.
(2) ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23. Geändert durch die Richtlinie 97/36/EG (ABl. L 202 vom 30.7.1997, S. 60).

(9) Alle Formen der indirekten Werbung und des Sponsoring sowie eine Gratisverteilung erzeugen die gleichen Wirkungen wie direkte Werbung. Sie sind daher unbeschadet des allgemeinen Rechtsgrundsatzes der freien Meinungsäußerung zu regeln, und zwar einschließlich der indirekten Werbung, die das Tabakerzeugnis zwar nicht direkt erwähnt, aber einen Namen, eine Marke, ein Symbol oder ein anderes Unterscheidungsmerkmal benutzt, das für Tabakerzeugnisse verwendet wird. Die Mitgliedstaaten können die Anwendung dieser Bestimmungen jedoch verschieben, um Gelegenheit zu geben, die Handelspraktiken anzupassen und das Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen durch andere geeignete Formen der Unterstützung zu ersetzen.

(10) Unbeschadet der Regelung der Werbung für Tabakerzeugnisse können die Mitgliedstaaten auch weiterhin gestatten, daß bei der Werbung für Erzeugnisse oder Dienstleistungen, die mit Tabak nichts zu tun haben, unter bestimmten Bedingungen ein Name verwendet wird, der schon vor Inkrafttreten dieser Richtlinie guten Glaubens sowohl für die betreffenden Erzeugnisse oder Dienstleistungen als auch für Tabakerzeugnisse verwendet wurde.

(11) Ein bestehendes Sponsoring von Veranstaltungen oder Aktivitäten, das die Mitgliedstaaten für einen spätestens am 1. Oktober 2006 endenden Zeitraum von acht Jahren nach Inkrafttreten dieser Richtlinie weiterhin gestatten können und für das freiwillige Selbstbeschränkungsmaßnahmen getroffen werden und die Aufwendungen während der Übergangszeit abnehmen, sollte alle Mittel einschließen, mit denen sich die Ziele des Sponsoring im Sinne dieser Richtlinie erreichen lassen.

(12) Die Mitgliedstaaten müssen im Rahmen des innerstaatlichen Rechts angemessene und wirksame Kontrollmaßnahmen treffen, um die Anwendung der von ihnen aufgrund dieser Richtlinie erlassenen Vorschriften sicherzustellen -

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

Artikel 1

Zweck dieser Richtlinie ist die Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Werbung und das Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen.

Artikel 2

Im Sinne dieser Richtlinie sind

1. "Tabakerzeugnisse": alle Erzeugnisse, die zum Rauchen, Schnupfen, Lutschen oder Kauen bestimmt sind, sofern sie ganz oder teilweise aus Tabak bestehen;

2. "Werbung": alle Angaben im geschäftlichen Verkehr, deren Ziel oder deren direkte oder indirekte Wirkung die Verkaufsförderung für ein Tabakerzeugnis ist, einschließlich der Werbung, die, ohne unmittelbar auf das Tabakerzeugnis hinzuweisen, das Werbeverbot dadurch zu umgehen versucht, daß sie Namen, Marken, Symbole oder andere Unterscheidungsmerkmale von Tabakerzeugnissen verwendet;

3. "Sponsoring": jeder - öffentlicher oder privater - Beitrag zu einer Veranstaltung oder Aktivität, dessen Ziel oder dessen direkte oder indirekte Wirkung die Verkaufsförderung für ein Tabakerzeugnis ist;

4. "Tabakverkaufsstelle": jeder Ort, an dem Tabakerzeugnisse zum Verkauf angeboten werden.

Artikel 3

(1) Unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG ist jede Form der Werbung und des Sponsoring in der Gemeinschaft verboten.

(2) Absatz 1 hindert einen Mitgliedstaat nicht zu gestatten, daß ein Name, der bereits guten Glaubens sowohl für Tabakerzeugnisse als auch für andere Erzeugnisse oder Dienstleistungen verwendet wird, die von ein und demselben Unternehmen oder von verschiedenen Unternehmen vor dem ... [*] in Verkehr gebracht oder angeboten wurden, in der Werbung für die anderen Erzeugnisse oder Dienstleistungen verwendet wird.

Dieser Name darf jedoch nur unter einem Aspekt, der sich von dem für das Tabakerzeugnis herangezogenen Aspekt deutlich unterscheidet, und ohne sonstige für ein Tabakerzeugnis bereits benutzte Unterscheidungsmerkmale verwendet werden.

(*) Datum des Inkrafttretens dieser Richtlinie.

(3) a) Die Mitgliedstaaten tragen dafür Sorge, daß kein Tabakerzeugnis den Namen, die Marke, das Symbol oder ein sonstiges Unterscheidungsmerkmal anderer Erzeugnisse oder Dienstleistungen trägt, es sei denn, daß dieses Tabakerzeugnis zu dem in Artikel 6 Absatz 1 genannten Zeitpunkt bereits unter diesem Namen oder dieser Marke oder mit diesem Symbol oder diesen sonstigen Unterscheidungsmerkmalen in Verkehr gebracht worden ist.

b) Das Verbot nach Absatz 1 darf bei Erzeugnissen oder Dienstleistungen, die ab dem in Artikel 6 Absatz 1 genannten Zeitpunkt in Verkehr gebracht bzw. angeboten werden, nicht dadurch umgangen werden, daß auf Namen, Marken, Symbole oder sonstige Unterscheidungsmerkmale zurückgegriffen wird, die bereits für ein Tabakerzeugnis verwendet werden.

Um diese Anforderung zu erfüllen, dürfen der Name, die Marke, das Symbol oder ein sonstiges Unterscheidungsmerkmal der betreffenden Erzeugnisse oder Dienstleistungen nur unter einem Aspekt verwendet werden, der sich von dem für das Tabakerzeugnis verwendeten Aspekt deutlich unterscheidet.

(4) Jede Gratisverteilung mit dem Ziel oder mit der direkten oder indirekten Wirkung der Verkaufsförderung für ein Tabakerzeugnis ist verboten.

(5) Diese Richtlinie gilt nicht für

- Mitteilungen, die ausschließlich für die am Tabakhandel Beteiligten bestimmt sind;

- die Aufmachung der zum Verkauf angebotenen Tabakerzeugnisse und ihre Preisauszeichnung an den Tabakverkaufsstellen;

- an den Käufer gerichtete Werbung in auf den Verkauf von Tabakerzeugnissen spezialisierten Einrichtungen und in deren Auslagen und an deren Ladenfassade oder, im Falle von Einrichtungen für den Verkauf verschiedenartiger Waren oder Dienstleistungen, an den für den Verkauf von Tabakerzeugnissen vorbehaltenen Stellen sowie in Griechenland an Verkaufsstellen, die aus sozialen Gründen einem besonderen Lizenzsystem unterliegen (sogenannte Periptera);

- den Verkauf von in Drittländern herausgegebenen und gedruckten Veröffentlichungen, die Werbung für Tabakerzeugnisse enthalten, wenn diese Veröffentlichungen nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt bestimmt sind.

Artikel 4

Die Mitgliedstaaten tragen dafür Sorge, daß angemessene und wirksame Maßnahmen getroffen werden, um die Anwendung der von ihnen im Rahmen dieser Richtlinie erlassenen Vorschriften sicherzustellen und zu überwachen. Dies kann Vorschriften einschließen, nach denen Personen oder Organisationen, die nach einzelstaatlichem Recht ein berechtigtes Interesse an der Beendigung einer mit dieser Richtlinie unvereinbaren Werbung besitzen, dagegen entweder gerichtlich vorgehen oder sich an die Verwaltungsstelle wenden können, die für Entscheidungen über entsprechende Beschwerden oder für die Einleitung gerichtlicher Verfa auf diesem Gebiet zuständig ist.

Artikel 5

Diese Richtlinie läßt das Recht der Mitgliedstaaten unberührt, im Einklang mit dem Vertrag strengere Vorschriften, die sie zum Schutz der Gesundheit für erforderlich halten, im Bereich der Werbung oder des Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen zu erlassen.

Artikel 6

(1) Die Mitgliedstaaten setzen die Rechts- und Verwaltungsvorschriften, die erforderlich sind, um dieser Richtlinie nachzukommen, spätestens am ... (*) in Kraft. Sie setzen die Kommission unverzüglich davon in Kenntnis.

Wenn die Mitgliedstaaten diese Vorschriften erlassen, nehmen sie in den Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug. Die Mitgliedstaaten regeln die Einzelheiten der Bezugnahme.

(2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission den Wortlaut der wichtigsten innerstaatlichen Rechtsvorschriften mit, die sie auf dem unter diese Richtlinie fallenden Gebiet erlassen.

(3) Die Mitgliedstaaten können die Anwendung des Artikels 3 Absatz 1

- in bezug auf die Presse um ein Jahr und
- in bezug auf das Sponsoring um zwei Jahre

verschieben.

In hinreichend begründeten Ausnahmefällen dürfen die Mitgliedstaaten für einen zusätzlichen Zeitraum von drei Jahren, der spätestens am 1. Oktober 2006 abläuft, gestatten, daß ein bestehendes Sponsoring von Veranstaltungen oder Aktivitäten, die weltweit organisiert werden, fortgesetzt wird, sofern

(*) Drei Jahre nach Inkrafttreten dieser Richtlinie.

- die für dieses Sponsoring aufgewendeten Beträge während der Übergangszeit abnehmen;
- freiwillige Selbstbeschränkungsmaßnahmen getroffen werden, damit die Werbung bei solchen Veranstaltungen oder Aktivitäten weniger sichtbar ist.

Artikel 7

Die Kommission legt dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuß spätestens am ... (*) und danach alle zwei Jahre einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie und insbesondere über die Durchführung und die Auswirkungen von Artikel 3 Absätze 2 und 3 sowie von Artikel 6 Absatz 3 vor; sie fügt diesem Bericht gegebenenfalls Vorschläge zur Anpassung dieser Richtlinie an die in diesen Berichten festgestellten Entwicklungen bei. Diese Anpassung berührt nicht die in Artikel 6 Absatz 3 vorgesehenen Fristen.

Artikel 8

Diese Richtlinie tritt am Tag ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften in Kraft.

(*) Drei Jahre nach Inkrafttreten dieser Richtlinie

Artikel 9

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu Brüssel am

Im Namen des Europäischen Parlaments
Der Präsident

Im Namen des Rates
Der Präsident

Druck: Bonner Universitäts-Buchdruckerei, 53113 Bonn
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon: 02 28/3 82 08 40, Telefax: 02 28/3 82 08 44
ISSN 0722-8333